

المقابلة أداة من أدوات جمع البيانات في البحث العلمي

بالتطبيق على دراسة

أثر استخدام وسائل الذكاء الاصطناعي على تطوير التسويق الرقمي

"دراسة تطبيقية"

اعداد الطالب / فارس المزيني

الفصل الدراسي

العام الدراسي 1446 – 2024

المقدمة: تعتبر المقابلة من الطرق الرئيسية لجمع البيانات والمعلومات في البحث الكيفي ، وهي أداة هامة للحصول على المعلومات من خلال مصادرها البشرية، فعن طريقة المقابلة يستطيع الباحث التعرف على أفكار ومشاعر ووجهات نظر الآخرين .

أولاً: مفهوم المقابلة: تعرف المقابلة بأنها أداة من أدوات البحث العلمي ، يتم بموجبها جمع المعلومات التي تمكن الباحث من اجابة تساؤلات البحث أو اختبار فروضة ، وتعتمد على مقابلة الباحث للمبحوث وجها لوجه بغرض طرح عدد من الاسئلة من قبل الباحث والاجابة عليها من قبل المبحوث . (العساف ، 2016 ، 350)

ثانياً: خطوات إجراء المقابلة: يتطلب استخدام المقابلة كأداة بحث أن يكون الباحث قادراً على استخدام تقنيات خاصة بإجراء المقابلات تتعلق بعضها بالإعداد للمقابلة، ومن هذه التقنيات أو الخطوات ما يلي:

1- فترة الإعداد للمقابلة: وتتطلب هذه الفترة ما يلي:

أ - تحديد أهداف المقابلة: تهدف المقابلة أساساً إلى الحصول على معلومات ضرورية للإجابة عن أسئلة الدراسة ، والباحث هنا عليه أن يحدد أهداف المقابلة ويحدد طبيعة المعلومات التي يحتاج إليها، ويصوغ هذه الأهداف بشكل سلوكي محدد حتى يتمكن من إعداد الوسائل المناسبة وتوجيهها للحصول على معلومات وآراء وفق هذه الأهداف.

ب - تحديد الأفراد الذين سيقابلهم الباحث: يحدد الباحث المجتمع الأصلي للدراسة، ويختار من هذا المجتمع عينة ممثلة تحقق له أغراض دراسته، ويشترط أن تتوفر عند أفراد هذه العينة الرغبة في إعطاء المعلومات المطلوبة والتعاون مع الباحث في هذا المجال.

ج - تحديد أسئلة المقابلة: ويتطلب هذا أن يكون الباحث مهياً لطرح الأسئلة اللازمة للحصول على المعلومات المطلوبة بحيث تتوفر في هذه الأسئلة المزايا العلمية مثل الوضوح، الموضوعية، التحديد، كما يحدد الباحث طريقة توجيه الأسئلة وترتيبها.

د - تحديد مكان المقابلة وزمانها: يحدد الباحث مكان المقابلة وزمانها مراعيًا في ذلك أن يكون المكان مريحاً ومقبولاً من قبل المفحوص، وأن يكون وقت المقابلة مناسباً للمفحوص بحيث لا يتعارض مع أعمال هامة أخرى له. (عبيدات وآخرون، 2020، 160-161).

2- مرحلة بدأ المقابلة: وهذا يتطلب من الباحث أن يقوم بما يلي:

أ - **التدريب على إجراء المقابلة:** يختار الباحث عينة صغيرة جداً من زملائه ليجري معهم مقابلات تجريبية، يختبر فيها قدرته على إقامة الجو الودي في المقابلة وقدرته على طرح الأسئلة وتوجيه النقاش.

ب - **التنفيذ الفعلي للمقابلة:** يبدأ الباحث بإجراء مقابلاته مع العينة التي تمثل المجتمع الأصلي بعد استكمال الإعداد للمقابلة والتدريب على إجراءاتها مراعيًا في ذلك ما يلي:

- إيجاد الجو المناسب للمقابلة من حيث المظهر اللائق للباحث، وخلق جو الصداقة، واختيار العبارات المناسبة للمقابلة.
- إدارة الوقت المحدد لجمع كل البيانات والمعلومات المطلوبة وب شكل لبق.
- التحدث بشكل مسموع وبعبارة واضحة.
- تجنب التكذيب أو إعطاء الانطباع أن الجواب غير صحيح.
- تجنب طرح الأسئلة التي يمكن أن تثير حساسية لدى المستجيب في بداية المقابلة.
- حسن الإنصات إلى المستجيب وتجنب مقاطعته والعمل على حثه على إعطاء المزيد من المعلومات.
- إعطاء المستجيب فرصة للتوسع في الإجابة وتفسيرها، والتعليق عليها، متى كان ذلك مطلوباً. (المحمودي ، 2019)

3- المرحلة الثالثة: تسجيل المقابلة: يجب مراعاة الباحث أثناء تسجيل معلومات ما يلي:

- عدم الاستغراق في الكتابة والتسجيل لأن ذلك يربك المفحوص ويجعله حذراً من الاستمرار في الحديث.
- لا يجوز ترك التسجيل حتى نهاية المقابلة حتى لا يغفل وينسى الباحث بعض الأحداث.
- أن استخدام أجهزة التسجيل الصوتي يمكن أن يعطي دقة وموضوعية أكثر بشروط يقبل الفرد بها. (صابر ، 2004)

بالتطبيق على دراسة "أثر استخدام وسائل الذكاء الاصطناعي على تطوير التسويق الرقمي" نجد ان الباحث اتبع خطوات الاعداد الجيد للمقابلة الى حد ما، حيث قام بالإعداد للمقابلة، من حيث تحديد أهداف المقابلة والتي قسمها الى ثلاث عناصر رئيسية (استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي - استخدام تطبيقات التسويق الالكتروني - استخدام وسائل الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي) وكل عنصر ينقسم الى عدة ابعاد .

كما قام الباحث بتحديد الأفراد الذين سيقابلهم الباحث ،وهم (350) مفردة من العاملين بشركات الالبان بمصر (المراعي - جهينة - لمار) ، كما قام بتحديد أسئلة المقابلة، وصياغتها صياغة جيدة، وقد ذكر الإجراءات التي اتخذها لاختبار مدى صدق وثبات الأداة، ولم يحدد مكان المقابلة وزمانها.

ثالثا: أنواع المقابلة:

- 1- المقابلة الشخصية :وهي المقابلة وجها لوجه بين الباحث والشخص، أو الأشخاص المعنيين بالبحث، وهذه أكثر أنواع المقابلات استخدام في البحث العلمي.
 - 2- المقابلة التلفونية: وهي إما أن تكون مكملة للمقابلة الشخصية، أي استكمالا لبعض المعلومات التي كان الباحث قد حصل عليها، أو أن تجري للأشخاص المبحوثين على الهاتف، لأسباب تخرج عن إرادة الباحث والمبحوث.
 - 3- المقابلة بواسطة الحاسوب :ولقد ظهرت هذا النوع من المقابلة نتيجة التطور التكنولوجي الحديث، حيث يكون بالإمكان محاورة الباحث للمبحوثين عن طريق البريد الالكتروني، أو تسجيلات فيديو عن بعد. (المحمودي ، 2019)
- بالتطبيق على دراسة "أثر استخدام وسائل الذكاء الاصطناعي على تطوير التسويق الرقمي" نجد ان نوع المقابلة هي مقابلة الكترونية، حيث استخدم الباحث المقابلة الالكترونية لعدد من العاملين بشركات الالبان بمصر.

قائمة المراجع

- عبيدات، ذوقان ، عبد الحق ، كايد ، عدس ، عبد الرحمن .(2020) . البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، ط19، دار الفكر، الاردن.
- العساف، صالح بن حمد.(2016). المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية.ط3. دار الزهراء . الرياض.
- صابر، ممدوح.(2004) . البحث العلمي بين النظرية و التطبيق. ط 1. مكتبة المتنبى، الدمام.
- المحمودي ، محمد سرحان علي .(2019) . مناهج البحث العلمي. ط3 . دار الكتب . صنعاء .